

## DAFTAR ISI

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| Halaman Sampul Luar.....   | i   |
| Halaman Sampul Dalam ..... | ii  |
| Halaman Persetujuan .....  | iii |
| Halaman Pengesahan .....   | iv  |
| Halaman Motto.....         | v   |
| Halaman Persembahan .....  | vi  |
| Kata Pengantar .....       | vii |
| Daftar Isi .....           | ix  |
| Daftar Tabel .....         | xii |
| Daftar Gambar.....         | xiv |
| Daftar Lampiran .....      | xv  |
| Abstark .....              | xvi |

### **BAB I : PENDAHULUAN**

|   |    |
|---|----|
| A. Latar Belakang Masalah.....                | 1  |
| B. Identifikasi Masalah .....                 | 17 |
| C. Rumusan Masalah .....                      | 18 |
| D. Tujuan Penelitian .....                    | 18 |
| E. Kegunaan Penelitian.....                   | 19 |
| F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian ..... | 20 |
| G. Penegasan Istilah .....                    | 21 |
| H. Sistematika Skripsi.....                   | 23 |

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

|  |    |
|--|----|
| A. Citra Merek .....                   | 25 |
| 1. Pengertian Citra Merek .....        | 25 |
| 2. Makna dan Tipe Citra Merek .....    | 26 |
| 3. Komponen-Komponen Citra Merek ..... | 27 |

|   |    |
|---|----|
| 4. Unsur Citra Merek .....                          | 27 |
| B. Produk .....                                     | 30 |
| 1. Pengertian Produk.....                           | 30 |
| 2. Tingkatan Produk.....                            | 31 |
| 3. Atribut Produk .....                             | 32 |
| C. Promosi .....                                    | 34 |
| 1. Pengertian Promosi .....                         | 34 |
| 2. Tujuan Promosi.....                              | 35 |
| 3. Sarana Promosi .....                             | 36 |
| D. Pelayanan .....                                  | 38 |
| 1. Pengertian Pelayanan .....                       | 38 |
| 2. Dasar-dasar Pelayanan .....                      | 38 |
| E. Minat Beli.....                                  | 42 |
| 1. Pengertian Minat Beli .....                      | 42 |
| 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli ..... | 43 |
| 3. Indikator Minat Beli.....                        | 46 |
| F. Penelitian Terdahulu .....                       | 46 |
| G. Kerangka Konseptual.....                         | 54 |
| H. Hipotesis Penelitian .....                       | 55 |

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....                  | 56 |
| B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....       | 57 |
| C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya .....  | 59 |
| D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian..... | 62 |
| E. Analisis Data .....                                   | 66 |

### **BAB IV : HASIL PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| A. Gambaran Objek Penelitian .....        | 70 |
| B. Deskripsi Karakteristik Responden..... | 71 |
| C. Deskripsi Variabel Penelitian.....     | 79 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| D. Analisa Data Penelitian ..... | 106 |
|----------------------------------|-----|

## **BAB V : PEMBAHASAN**

|  |     |
|--|-----|
| A. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Masyarakat Kota<br>Bandarlampung Dalam Memilih Bank Syariah .....   | 127 |
| B. Pengaruh Produk Terhadap Minat Masyarakat Kota<br>Bandarlampung Dalam Memilih Bank Syariah .....  | 129 |
| C. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Kota<br>Bandarlampung Dalam Memilih Bank Syariah .....   | 131 |
| D. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Kota<br>Bandarlampung Dalam Memilih Bank Syariah .....   | 133 |
| E. Pengaruh Citra Merek, Produk, Promosi, Dan Pelayanan Secara<br>Simultan Terhadap Minat Masyarakat Kota Bandarlampung<br>Dalam Memilih Bank Syariah..... | 135 |

## **BAB IV : HASIL PEMBAHASAN**

|                     |     |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan ..... | 138 |
| B. Saran.....       | 139 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**